

## MÉXICO COMO COMPAÑÍA GLOBAL. ENTRE EL DISCURSO EMPRESARIAL Y POLÍTICO<sup>1</sup>

*Gabriela Coronado<sup>2</sup>*  
*Bob Hodge<sup>3</sup>*

### RESUMEN

*Las grandes corporaciones multinacionales se han convertido en importantes agentes globales, actuando incluso como iguales a las naciones y afectando su comportamiento. Este artículo destaca uno de los aspectos de dicho proceso: la manera en cómo las naciones en la actualidad, en el diseño de políticas gubernamentales, utilizan discursos y formas de pensamiento que anteriormente eran sólo característicos de los discursos empresariales. Estas formas discursivas construyen a las naciones como si fueran gobernadas por "country managers". Para sustentar dicho argumento se analizan algunas de las características del discurso empresarial, manifestado en los libros de texto para la educación en administración de empresas. Posteriormente se analiza un caso específico de discurso político, el documento del gobierno mexicano "Plan Puebla-Panamá", mostrando cómo el discurso*

<sup>1</sup> Una versión anterior de este artículo, "El gobierno mexicano como compañía global. Un análisis del discurso del Plan Puebla-Panamá", fue presentado en la Conferencia de APROS (Asian Pacific Research in Organization Studies), 7-10 diciembre, 2003, Oaxaca, México.

<sup>2</sup> Organizational Studies, School of Management, University of Western Sydney.

<sup>3</sup> Cultural Research Center, University of Western Sydney.

*gubernamental se subordina con el objeto de diseñar al país como una mercancía atractiva para el capital internacional. Las contradicciones que se producen no son necesariamente disfuncionales, sino que se conjugan como parte de un complejo ideológico, un conjunto funcional de contradicciones que emergen y son implementadas en los diálogos entre Corporaciones y Naciones.*

**Palabras clave:** Discurso empresarial, discurso político, complejos ideológicos, Naciones/Corporaciones, "Country manager".

### **Introducción**

El punto de partida en este artículo es la extendida percepción de los cambios en las relaciones entre corporaciones multinacionales y Estados-nación en el marco de la globalización. Una de las preocupaciones con respecto al impacto de la globalización es el creciente poder de las multinacionales y su emergencia como importantes agentes de gobierno global. El poder que han alcanzado puede verse a diferentes niveles, en ocasiones con una influencia más directa sobre las naciones a través de sus gobernantes, y otras debido a su asociación con instituciones globales, como la Organización Mundial del Comercio o el Banco Mundial, que cada vez más están definiendo las políticas con respecto a las relaciones entre países y empresas en el mercado global. Las corporaciones, con sus ideologías y prácticas, han ido influyendo y transformando organizaciones de otro tipo; extendiendo el modelo derivado del mundo de los negocios hacia la administración de los países. El poder de las corporaciones y la cada vez mayor intervención de las organizaciones comerciales en diferentes áreas de la economía, que anteriormente eran sólo responsabilidad de los Estados, está afectando la noción misma de soberanía (Meyer, 2000) y creando en la organización de los Estados funciones y estructuras basadas en las prácticas contemporáneas de las empresas.

Este argumento forma parte del debate público, tal como puede observarse en la discusión del documento "Plan Puebla-Panamá" (PPP) que, en este artículo, se ha seleccionado como ilustración del impacto del discurso empresarial en el ámbito de las políticas nacionales en México. En contra de la propuesta del PPP, el periodista Carlos Fazio afirma (*La Jornada*, domingo 29 de julio, 2001):

- "Convertiría al sureste en un corredor maquilador al servicio de trasnacionales de EU.
- "Con el Plan Puebla-Panamá, el istmo de Tehuantepec, *imán* para la superexplotación.
- "Fox responde al perfil de los *country managers*; no niega su posición de clase.
- Fórmula renovada de concentración y transferencia de la riqueza hacia el imperio y las élites locales.

Este ejemplo es indicativo de las posiciones en conflicto con respecto al papel de los gobiernos nacionales en el mundo globalizado. Representa la visión en contra de las multinacionales como una traición a los intereses de la población mexicana. La otra perspectiva está representada por los propulsores del PPP (véase Dávila, Kessel y Levy, 2000), quienes consideran que la solución a los problemas de esa región sólo puede encontrarse mediante la aplicación de políticas de desarrollo económico que hagan más atractiva a la región con el fin de atraer inversiones:

La tesis central es que las políticas públicas instrumentadas por el Gobierno federal en las últimas cinco o seis décadas implícitamente han desalentado el desarrollo económico de Chiapas y la región sureste. Argumentamos que es factible y deseable, complementar las acciones de política social que se están llevando a cabo con una corrección de los factores que han reprimido el aprovechamiento de las ventajas comparativas naturales. (*Ibíd.*: 3).

En este artículo se exploran algunos de los aspectos del debate alrededor del PPP, como una instancia de los procesos de transformación relacionados con el papel que juegan los Estados nacionales dentro de la creciente liberalización de la economía. En ese marco, el debate del PPP es tomado como una representación de los cambios que están sucediendo en México en el nivel nacional y como un ejemplo de las dinámicas mundiales, especialmente en cuanto a la imposición/aceptación de políticas neoliberales como resultado del proceso de globalización. (Chomsky, 1999; Giddens, 1990; Bairoch, 2000). El foco principal es el discurso y su análisis en lo concerniente a las instituciones y organizaciones

dentro del nuevo ambiente creado por los procesos de globalización: ¿En qué sentido (si es el caso), el discurso del Plan es afectado? ¿Es el Plan una manifestación de un tipo de discurso de "multinacionalismo" o "discurso empresarial"? ¿Cuáles son las implicaciones del intercambio entre los diferentes productos discursivos?

### **Relevancia del discurso y su comprensión**

Para entender cómo el discurso de las políticas gubernamentales en México ha sido afectado por el discurso empresarial, es importante especificar sus características, con el fin de detectar el grado en que ha sido incorporado en la producción del discurso político; en particular, en el plan propuesto por el gobierno mexicano como mecanismo de desarrollo de la región. El término discurso es utilizado de modos diferentes en la literatura (véase Fairclough, 2001; Carbó, 1984,1995; Hodge y Kress, 1993). En este caso, se consideran dos de sus acepciones, relacionadas con dos niveles diferentes de producción de significación. Primero, basado en la influyente propuesta de Foucault (1971), el "discurso" es un régimen que restringe las formas y contenidos de los actos de comunicación; determinando quién puede hablar, qué puede decir y a quién, y cuáles son los límites de lo que es considerado como "verdad" o "sentido" para una comunidad. Esta acepción es similar a las ideas de Kuhn (1968) con respecto a los "paradigmas". El término ha sido apropiado en la literatura de la administración de negocios, como "... una constelación de conceptos, valores, percepciones y prácticas compartidas por una comunidad, constituyendo una visión particular de realidad que es la manera en que la comunidad se organiza a sí misma"<sup>4</sup> (Clarke y Clegg, 1998:9). En este sentido, el discurso como régimen discursivo puede considerarse un discurso/paradigma (D/P)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Las citas en inglés son traducción de los autores. "... a constellation of concepts, values perceptions and practice shared by a community which forms a particular vision of reality that is the way the community organizes itself. A paradigm is a systematic set of ideas and values, methods and problem fields, as well as standard solutions, that explain the world and inform action".

<sup>5</sup> La combinación de los dos términos nos permite evitar el problema generado por los diferentes sentidos y alcances del término "paradigma en ciencias (Kuhn, 1968) y en administración (Clarke y Clegg, 1998)".

En su segunda acepción, el término discurso refiere a los productos generados por el D/P. Todo régimen discursivo produce una pluralidad de discursos y géneros que son accesibles para analizar situaciones reales. Incluso si los discursos provienen de un único D/P son diversos, en ocasiones en contradicción y a veces reforzándose uno a otro; es decir, en esta diversidad discursiva los significados son expresados construyendo diferentes significados, por medio de distintas modalidades y para diferentes audiencias (Hodge y Kress, 1993). Dado que los productos del D/P existen, circulan y son usados tienen una gran relevancia teórica y práctica, en tanto el discurso genera y es generado por diversos sectores con diferentes intereses e ideologías, en ocasiones hegemónicas, en otras marginales.

Este análisis parte del supuesto de que los textos, productos discursivos (PsDs), provienen de D/P predominantes, que generan formas específicas de representación de las perspectivas y procesos organizacionales contemporáneos. En todos lados circulan muchos tipos de textos, en diferentes modalidades, de acuerdo con las diferentes clases de audiencia y con diferentes objetivos; pero la pluralidad de discursos, con sus contradicciones entre diversas formas discursivas, de todos modos cumple con el objetivo de crear un campo común de comunicación y acción<sup>6</sup>.

Un concepto organizador, que da cuenta de esta unidad en la diversidad inherente en todo régimen discursivo, es la ideología, definida no como un fenómeno unitario u homogéneo sino como un complejo. El concepto "complejos ideológicos", tomado de la semiótica social (Hodge y Kress, 1988), permite abordar las complejidades y contradicciones en diferentes productos del D/P. Los complejos ideológicos son "un conjunto interrelacionado de versiones contradictorias del mundo, que son impuestas coercitivamente a un grupo social por otro, en representación de sus propios y distintivos intereses, o subversivamente ofrecidos por otro grupo social como intento de resistencia"<sup>7</sup>. (Hodge y Kress,

<sup>6</sup> La presencia de contradicciones dentro del D/P no es un fenómeno ocasional ni accidental, por el contrario, es sistemático, funcional y ubicuo. La incapacidad de reconocer este hecho básico impide distinguir cuáles significados son parte de un D/P, o si representan diferencias básicas como indicadores de un cambio paradigmático.

<sup>7</sup> "... a functionally related set of contradictory versions of the world, coercively imposed by one social group on another on behalf of its own distinctive interests, or subversively offered by another social group in attempts at resistance".

1988:3). En este sentido, ideología, incluyendo sus aspectos implícitos de poder y política, complementa los otros dos términos, dado que lo que en lenguaje común nosotros consideramos un D/P, es con frecuencia considerado como una ideología que por lo común incluye una agenda política. De hecho, la inclusión de las implicaciones ideológicas manifestadas en la pluralidad de los discursos, permite identificar los significados ideológicos implicados en el D/P, y que son acarreados junto con la adopción de los modelos administrativos de las empresas.

### **El discurso empresarial y sus formas de pensamiento lineal**

Con la intención de ilustrar las características del discurso empresarial se seleccionó uno de los productos del D/P, el libro de texto. El ejemplo seleccionado es el libro *International business, the challenge of global competition*. Los autores, Ball, McCulloch, Frantz, Genringer y Minor (2004), pueden ser considerados dignos representantes de la comunidad discursiva de los negocios, en tanto académicos en escuelas de negocios en Estados Unidos y asesores en empresas multinacionales y agencias gubernamentales en EUA y en las Naciones Unidas<sup>8</sup>. Como producto discursivo, este texto comparte muchas características con otros en el área de la administración de empresas (por ejemplo, compárese con Hill, 2004; Daniels y Radebaugh, 2000).

Una revisión general de los programas de administración y el éxito comercial de los libros de texto, permite concluir que la educación para la administración de las empresas en el mundo provee una forma de aprendizaje más o menos estandarizada del D/P. Es de esperar, sin embargo, que las prácticas en las organizaciones comerciales no siguen con exactitud el libro de texto, y que la aplicación en el mundo real es más dinámica que la repetición de modelos aprendidos durante el tiempo en que se agotan las múltiples ediciones. De todos modos es posible identificar algunas pistas, considerando los intentos por actualizar los textos con el objetivo de capturar los cambios dentro del D/P: "Un texto que habla el lenguaje de los negocios internacionales" (Ball *et ai*, 2004, solapa)<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Este texto es y ha sido usado exitosamente para educar a las nuevas generaciones de administradores en el contexto internacional, lo cual es visible considerando que cuenta con nueve ediciones.

<sup>9</sup> "A text that speaks the language of internacional business".

## denarius

En este libro de texto se detectan algunos de los rasgos que distinguen este tipo de discurso, en comparación con otros regímenes discursivos, como el de humanidades y ciencias sociales (indicativos de un D/P diferente):

- tablas, listas con índices organizados por rangos (ej. países/índices económicos);
- figuras, consistentes de círculos, etiquetados y segmentados, unidos con líneas o flechas, o cajas en estructuras similares;
- mapas y
- listas en orden alfabético o baj o otros títulos, tales como directorios (direcciones en la red), países, siglas.

Este tipo de materiales, presente en cualquier texto de administración, encapsula algunos principios básicos que son parte del D/P. Éstos funcionan como guía para el conocimiento de la realidad mundial desde la perspectiva de las empresas, dando por hecho que los estudiantes de administración necesitan ser educados en el manejo ideológico y discursivo del D/P empresarial:

Las tablas, figuras y mapas en el texto dan vida a los negocios internacionales. Los estudiantes son más capaces de absorber las ideas y comparar y contrastar información de diferentes países, cuando es presentada en un formato visual más que en extensos párrafos<sup>10</sup> (Ball *et al.*, 2004: xi).

Como una forma ejemplar se tomó el discurso de las tablas. Al inicio del texto una tabla construye la escena: una lista que combina las más grandes economías en 2000: 100 naciones y compañías (corporaciones transnacionales) ordenadas por rango, sobre la base del Producto Nacional Bruto (PNB) para las

<sup>10</sup> "The tables, figures and maps in the text bring international business to life. Students are better able to absorb ideas and compare and contrast information on different countries when it is presented in a visual format rather than long passages of text".

naciones, y del total de ventas para las compañías (*Ibíd.*: 14-15)<sup>1</sup>. Las entidades con rango más alto son todas naciones, con Estados Unidos como número 1, seguida por Japón con la mitad del valor. México se encuentra en décimo lugar con 1/17avo del índice de los EUA. Las corporaciones empiezan en el número 21, con Wal-Mart con 1/34avo del primer índice. La lista sigue una curva de poder perfecta (Gell-Mann, 1994), con una pronunciada curva en el tope y una larga cola que incluye 53 corporaciones en total, más de la mitad de las entidades en las mayores 100 economías.

Los autores muestran cierta ambivalencia acerca de esta lista, también incluida por otros autores quienes la usan para mostrar la importancia que han alcanzado las corporaciones multinacionales o transnacionales, pero con el fin de criticar a las corporaciones (por ejemplo, Anderson y Cavanagh, 2000). Ball *et al.*, además de expresar su preocupación por este uso, apuntan lo inadecuado de la comparación entre PNB y ventas totales, considerando que el PNB incluye un valor agregado, mientras que las ventas totales miden una sola variable, lo que genera que los datos estén inflados. Si se recalcularan usando la misma variable (ventas totales de las naciones y las corporaciones) sólo 37 corporaciones estarían incluidas. Este cambio sólo afecta los detalles, en tanto la asunción detrás del proceso continúa incuestionable, pero proporciona alivio a los autores (frente a los críticos de las empresas).

Listas como ésta juegan un papel poderoso en el régimen discursivo de los negocios, manteniendo un campo común generador de los diferentes productos discursivos. El D/P confía en la reproducción de un pensamiento lineal, unidimensional, con la asunción (necesaria para los miembros de la comunidad discursiva, los custodios del paradigma) de que una realidad cambiante, caótica, multidimensional puede ser mejor entendida (y controlada) en la forma de una lista, con rangos basados en un solo criterio. Es importante notar que la crítica de Ball *et al.* a la lista original no reconoce lo engañoso de la estrategia, sino sólo la inconsistencia del conjunto de los datos. Corrigiendo la consistencia, la lista puede extenderse sin por ello reducir su supuesto poder explicativo.

" Esta lista reúne las estimaciones del Banco Mundial con respecto al PNB y la lista generada por *Fortune Global* de las 500 más grandes corporaciones, de acuerdo con los índices de ventas anuales.

El papel de estas listas en la construcción del D/P procede de la estrategia de exclusión de múltiples dimensiones; lo político, social, cultural, ambiental y sus relaciones con lo económico pueden ser mencionados, pero no en relación con las listas unidimensionales. El método corresponde a un mundo en el que, en los términos de Marx (Marx y Engels, 1970), todas las relaciones han sido reducidas al "nexo dinero".

La lista no simplemente describe, compara y contrasta la información, sino construye una versión de la realidad que corresponde a los términos de su descripción. En este caso, las naciones y las corporaciones devienen objetos del mismo tipo, ambas son "economías", aunque simultáneamente sean diferentes al ser clasificadas por criterios distintos. Mediante esta clasificación, las naciones son consideradas como si fueran iguales a las corporaciones multinacionales, y las corporaciones en esta dimensión no son diferentes a las naciones. De este modo, las corporaciones devienen "Nacionoides" y las naciones "Corporoides".

Este discurso crea un efecto ideológico en la representación de las condiciones globales. Las naciones y las empresas multinacionales interactúan aparentemente en un campo común, la economía global (Dicken, 2003), con reglas similares, aunque no resulta claro cuáles son tales reglas, dado que el mismo D/P define al mercado global como supuestamente libre (Friedman y Friedman, 1979). La representación de la economía mundial con Corporoides y Nacionoides compitiendo en el mercado, puede relacionarse con la posición de los críticos de la globalización, en términos de la expansión del neoliberalismo (Chomsky y Dietrich, 1995). Representa el miedo de los intelectuales globalifóbicos que predicen la pérdida de la importancia del Estado-nación y su soberanía, a consecuencia del creciente poder de las nuevas economías sin fronteras (véase Czerniawska y Poter, 1998; Coronado y Hodge, 2004). Ambos grupos comparten el modelo lineal, diferente, pero igualmente lineal, en el que se predice un solo efecto posible. Incluso si se reconoce el poder que los paradigmas o regímenes discursivos ejercen en la construcción y manejo de la realidad en tiempos "normales" (Kuhn, 1968), no es posible ignorar que tal determinismo ha sido sólo parcial y que los tiempos más normales, en realidad, nunca han sido completamente normales. La realidad contemporánea más bien puede caracterizarse en una condición postmoderna (Harvey, 1989) como lejana al equilibrio: inestable, turbulenta, caótica e impredecible (Prigogine y Stengers, 1984;

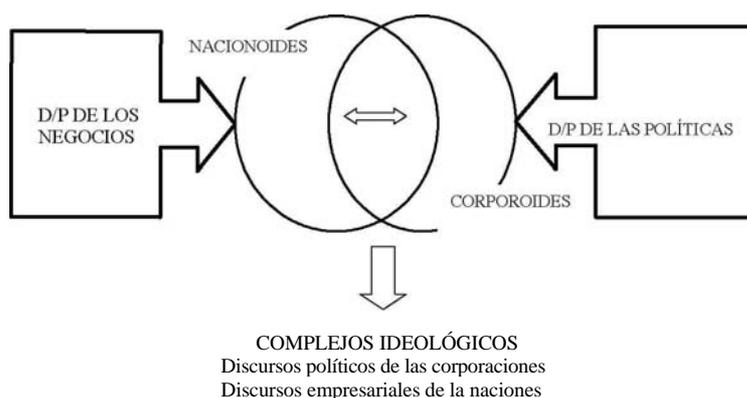
Coronado y Hodge, 2004), que puede ser más comprensible desde una perspectiva no-lineal. En esos términos el discurso lineal, como el de la mentalidad de las listas, no es capaz de construir la realidad linealmente sino, por el contrario, interactúa de una manera impredecible con el mundo multidimensional y caótico en un diálogo que genera multiplicidad de cambios, inversiones y contradicciones, que no necesariamente son lo que la mente lineal representada en el D/P espera; tampoco lo que desearía.

### **Diálogo entre Corporoides y Nacionoides**

La lista conjunta representa al mundo tal como es visto desde la perspectiva del D/P de los negocios; en ella las naciones son consideradas puramente como agentes económicos, y algunas compañías, las más poderosas multinacionales, son representadas como casi iguales a los Estados nación. Esta representación no coincide con la visión que los ciudadanos de dichas naciones tienen de su país, pero es cada vez más común entre los gobernantes, quienes en algunos casos han sido, directa o indirectamente, educados por el mismo régimen discursivo, ya sea como parte de la comunidad de los negocios, como parte de las élites nacionales (Milis, 1972) o mediante su participación en redes internacionales (Carroll y Fennema, 2002); y en algunos casos, como el del presidente mexicano, como propiamente administradores de empresas. Socializado en este D/P, el poder ejecutivo de un país, primer ministro o presidente, podría considerar su función como la de un gerente del país (*country manager*): no el dueño, pero con atribuciones que le han sido delegadas para vender o comprar en el mercado global. En este sentido, el país y sus recursos se convierten en activos y mercancías. Los recursos nacionales teóricamente no tienen dueño, los ciudadanos no poseen acciones sobre ellos, sino que éstos son propiedad de la nación. Pero en la lógica del régimen discursivo empresarial, infiltrado en los productos del discurso político, los recursos nacionales se convierten en productos comerciables que pueden ser adquiridos por potenciales compradores. En dicho intercambio comercial, una nación (como México) puede concebirse como competidora con otras naciones, Corporoides, para atraer a los nuevos y poderosos clientes, las Nacionoides. En esta competencia las naciones necesitan ser (o parecer) atractivas para ganar en el mercado de las inversiones extranjeras (o domésticas).

Dado que las Corporoides buscan ser atractivas para los "compradores" potenciales, tratan de definir su oferta en los términos apropiados, es decir, negociando con las Nacionoides-clientes para responder a dicha demanda. En ese marco el desarrollo económico de un país, y las políticas definidas para promover tal desarrollo son creadas con esta clase de negociación en mente. Los gobernantes, "gerentes" de las Corporoides, establecen una relación dialógica con las Nacionoides (incluso si este diálogo es parcialmente imaginario, véase Bakhtin, 1996), para crear el producto comercial que se espera responda a las necesidades del cliente potencial. Para ello, el gerente del país necesita interiorizar los valores y aprender el "lenguaje" (que en este caso es equivalente a las condiciones discursivas del intercambio, que es parte del D/P de las Nacionoides). Del mismo modo, las Nacionoides interiorizan y aprenden el discurso y los valores de los Estados nacionales, expresando su preocupación por el bienestar nacional y los beneficios públicos de dicha operación. Es decir, los valores y asunciones que se esperan en el D/P que contextualiza a las naciones y sus discursos políticos se incorporan en el discurso de las Nacionoides, y viceversa (véase figura 1). Este proceso de hibridación discursiva puede, en primera instancia, ser consciente e intencional, pero posteriormente se interioriza y normaliza a tal grado que fácilmente llega a ignorarse. En estos términos, hay rasgos en el discurso de los

**Figura 1. Proceso de hibridación discursiva.**



negocios que son bien conocidos y que forman parte de la manera en que los "altos ejecutivos" del país actúan como jefes de Estado<sup>12</sup>.

Desde el punto de vista de la superposición discursiva, la clase de relación entre Nacionoides y Corporoides se expresa en las teorías de libre mercado, por ejemplo, en la propuesta de Porter (1990), la llamada Ventaja Competitiva de las Naciones. En este producto discursivo las naciones o Corporoides son concebidas como mercados o mercancías, relevantes para la competencia entre corporaciones o Nacionoides. Para ello, un aspecto importante del complejo ideológico de los negocios es reforzar la idea de que el libre comercio debe ser la política, pero con la ayuda del gobierno que deberá seleccionar "los medios apropiados, en una escala limitada, durante un periodo de tiempo limitado, para unas cuantas industrias y por buenas razones"<sup>13</sup> (Steiner y Steiner, 2000:433). Los intereses específicos de las corporaciones para la inversión extranjera se colocan bajo la categoría de evaluación de los países en términos de su atractividad, que se sintetiza en la relación entre las oportunidades del mercado y la industria y los riesgos de los países. Esta relación se representa en una matriz de cuatro celdas o cuadrantes en la que un país es muy atractivo si promete altos rendimientos y bajo riesgo, mientras que es muy poco atractivo si los rendimientos son bajos y el riesgo alto. Los otros dos cuadrantes, en medio, serían más o menos atractivos incluyendo el alto riesgo con alto rendimiento o el bajo rendimiento con bajo riesgo (Lasserre, 2003:157). En estos términos, la estrategia para ser elegido por los potenciales inversionistas consistiría en colocar al país en relación con dichos valores. La estrategia del *country manager* para el país es cambiar la percepción (y quizá la realidad), enviando las adecuadas señales de mercado que permitan colocar al país en la dirección deseable, hacia el alto rendimiento y el bajo riesgo.

<sup>12</sup>No consideramos que este fenómeno sea sólo asumido por el presidente, sino más bien por un nivel ejecutivo como conjunto, el cual, es de esperar, comparte el mismo D/P. En el caso del presidente de México, Vicente Fox, fue entrenado en el D/P de los negocios, como uno de los miembros del sector empresarial mexicano y en su función como alto ejecutivo de una corporación durante su tiempo como gerente de la Coca Cola de México. Presidentes anteriores, como Salinas y Zedillo, aunque con distinta formación profesional (economía), también compartieron en cierto grado el mismo modelo lineal que forma parte del D/P empresarial, el cual, a su vez, ha sido alimentado por la visión económico-centrista.

<sup>13</sup>"... a limited scale, for a limited period of time, for a few industries, and for the good reasons".

## denarius

El uso de instrumentos binarios para la toma de decisiones (dos ejes, cuadrículas de dos valores) es común en las sucesivas etapas de evaluación de la atractividad de un país. Por ejemplo, los "recursos humanos" de los países son mapificados comparativamente con respecto a costo y calidad de la mano de obra (*Ibíd.*, 171). México está colocado en la parte inferior izquierda del cuadrante, con bajo costo y bajo en habilidades. Se argumenta que para las Corporoides esta situación no es altamente deseable, sin embargo, los países en este cuadrante son considerados atractivos como Zonas de Procesamiento para Exportación (EPZ, *Export Processing Zones*), en donde las reducidas habilidades tecnológicas no son un problema para las corporaciones globales, ya que distribuyen las diferentes funciones del proceso total en diferentes regiones del mundo. Entonces este cuadrante es deseable, de acuerdo con los intereses de las transnacionales que pueden usar a dichos países como ventaja competitiva en la producción con mano de obra intensiva. Para los países, este cuadrante permite identificar a sus competidores, las otras Corporoides en contra de las cuales deberá colocarse tratando de maximizar su ventaja competitiva, por ejemplo, elevando el nivel de capacitación y reduciendo al máximo el costo de la mano de obra. Otra dimensión crucial en los productos discursivos de este tipo es el riesgo. En general, los textos consideran una larga lista de factores de riesgo, pero ellos son reducidos a un solo valor que se coloca en matrices similares, en este caso, para evaluar las oportunidades y riesgos (véase, por ejemplo, Daniels y Radebaugh, 2000:550).

Este tipo de análisis es un lugar común y problemático en el mundo de los negocios. Cuando el mismo marco de referencia (D/P) se aplica para crear una versión homogénea de la realidad, a partir de una realidad que ha sido constituida de modo diferente (D/P de las naciones), se establecen complejos ideológicos en los que la forma, presencia y efectos de un régimen discursivo en otro (D/P de los negocios en el discurso político) son impredecibles.

### **El Plan Puebla-Panamá como estrategia competitiva de México en el mercado global**

A partir de la propuesta analítica precedente, la presente sección se centra en el análisis del documento político "**Plan Puebla-Panamá. Resumen y gráficos**", producido por la Presidencia de la República para su difusión y discusión en

2001 (el Plan o PPP). En este caso, se considera el texto como una evidencia de las formas discursivas y no como indicador de verdades económicas o intenciones políticas.

El documento está organizado en seis secciones:

1. Presentación
2. Visión
3. Misión
4. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
5. Objetivos y
6. Estrategias.

Estilísticamente la mayoría de estos subtítulos se encuentran en textos producidos por las empresas, como formas estándar para la planeación estratégica. Por ejemplo, con sólo considerar un texto introductorio a la administración de empresas (Davidson y Griffin, 2002), es posible establecer la correspondencia de los dos discursos <sup>3/4</sup>en negritas, el del PPP y el del libro de texto (de la p. 250): una **Estrategia** (un **Plan**) incluye: **1. Misión** como el contexto de la estrategia, **2. Análisis SWOT** [valoración interna de **Fortalezas** (*Strengths*) y **Debilidades** (*Weakness*), y externa de **Oportunidades** (*Opportunities*) y **Amenazas** (*Threats*)] y **3. Metas (u objetivos)** para proponer buenas **estrategias**.

Este tipo de análisis no era común en el discurso político (véase Jitrik, 1993), por lo que su presencia es indicativa de un género discursivo diferente que conlleva diferentes expectativas sobre el tipo de lectura. La primera sección, "Presentación", contiene un argumento en cinco páginas acerca de México, el sur de México y el mundo global, que toma la forma de un discurso político, y es de hecho cercano en forma y contenido a otros discursos presidenciales (véase Carbó, 1999; Salgado, 2003). Sin embargo, el documento contiene otras formas en las que puede encontrarse una forma aberrante que introduce elementos del D/P empresarial, aunque simultáneamente es diferente al género que parece representar. Por ejemplo, en la presentación de la "Visión" de cualquier corporación, la empresa es el agente que tiene la visión, mientras que en el Plan parece ser que el agente es el Plan, que tiene la visión de sí mismo:

El Plan Puebla Panamá es un plan integral de gran visión y de largo plazo para lograr el cambio estructural que permite alcanzar lo anterior, [la Visión] El Plan es un instrumento vivo, que promueve la participación activa de la sociedad y la concertación entre los diferentes agentes del desarrollo para afinar y consolidar sus objetivos, estrategias y programas (PPP, 2001: 7).

En este producto híbrido, mientras que las formas hablan del discurso de los negocios, el contenido no parece apuntar hacia su audiencia, sino más bien a una audiencia cuya preocupación exclusiva serían las prioridades nacionales y de la región: la construcción de una "macrorregión" que ofrecería "beneficios sustanciales" a México y Centroamérica, permitiéndoles "superar el rezago existente, mejorando la calidad de vida de sus habitantes a través de una mejor educación, un crecimiento económico sostenido y sustentable" (*Ibid.*, 7). De modo similar, en la Misión del PPP se destacan los aspectos sociales y ambientales vinculados con el desarrollo, apelando simultáneamente a dos tipos de lectores, los interesados en la ventaja competitiva del país y los preocupados por el retraso y marginación de la región.

El análisis SWOT (que en este caso sería SOWT, al incorporar los elementos en diferente orden<sup>14</sup>), consiste de un total de 62 puntos distribuidos entre los cuatro factores, siendo las debilidades las más extendidas (23) y las amenazas con sólo 11 puntos. Si se considera como audiencia a los agentes externos que son inversionistas extranjeros, muchas de las debilidades pueden interpretarse como atractivos, tal como es expresado en el documento de base para la formulación del PPP, en donde se enfatiza la importancia de su ejecución para corregir "los factores que han reprimido el aprovechamiento de las ventajas comparativas naturales del sureste" (Dávila, Kessel y Levy, 2000: 3). Las debilidades refieren a la vulnerabilidad y falta de poder económico de la región (bajos salarios, falta de capital local, retraso económico), que en la práctica colocaría a la región como una zona deseable de producción de exportaciones, "atractiva" para los inversionistas. De este modo, el mismo contenido es capaz de producir una diferencia de sentido para diferentes audiencias: uno político, leyendo el documento en México, y uno empresarial, fuera de México.

<sup>14</sup> El cambio de orden posiblemente obedece a la dificultad de delimitar en las Corporoides lo que es interno y lo que es externo, o quizá tiene la intención de destacar las ventajas más que los problemas.

Los extremos problemas sociales y de supervivencia que enfrenta la población de la zona podrían desalentar a los "compradores", por lo que es importante que el Plan ofrezca un programa social. Al mismo tiempo, como mercancía en venta, esta condición de la región, su deprimida economía y sus bajos salarios, representa una oportunidad que es atractiva para el beneficio de otros. Como ejemplo se puede mencionar el tema de la educación. Una política gubernamental, que es el caso del PPP, debería orientarse hacia un fortalecimiento generalizado; sin embargo, discursivamente parece manifestar mayor preocupación por el hecho de que "La insuficiente capacitación de la fuerza de trabajo desestimula la llegada de inversiones productivas" (PPP, 2001:17). Como objetivo en este plan, educación significa una fuerza de trabajo más capacitada, lo que de hecho presiona a una mayor competitividad y diversificación de los costos de la fuerza de trabajo y de los niveles de capacitación en esta región, aunque claramente se mantenga la calificación de esta última como zona de producción para la exportación. La idea de la educación como capacitación para el trabajo es coherente con la inclusión, como una de las amenazas, de "una creciente competencia entre los países emergentes y menos desarrollados por captar inversiones extranjeras (los países compiten en la oferta de condiciones atractivas para que la industria intensiva en mano de obra emigre hacia ellos)" (*Ibid.*, 13).

Condiciones similares pueden verse en los ocho objetivos enlistados bajo las "estrategias". Muchas de ellas expresamente se refieren a políticas sociales y ambientales consideradas progresistas. Por ejemplo, el objetivo 6 está centrado en el tema de la responsabilidad social: "Conseguir un manejo sustentable de los recursos naturales y el ambiente" (*Ibid.*, 32); mientras que en el objetivo 3 se proyecta una muy diferente orientación: "Lograr un cambio estructural en la dinámica económica de la región que permita un crecimiento sostenido" (*Ibid.*, 22). Bajo este rubro se encuentran los principales rasgos del plan: una inversión masiva en la infraestructura de transporte, grandes proyectos hidroeléctricos, introducción de nuevas tecnologías, una economía abierta y "modernizar el marco regulatorio de la economía y eliminar en las políticas públicas aquellas medidas discriminatorias que afectan a la región del sur-sureste" (*Ibid.*, 28). Este objetivo ocupa siete páginas; el objetivo ambiental menos de una. Parafraseando a Orwell se podría decir que todos los objetivos son iguales, pero unos son más iguales que otros.

Incomprensiblemente el Plan no incluye en las "amenazas" una de sus motivaciones: el movimiento zapatista que, entre otras razones, surgió como un movimiento en contra del modelo neoliberal, parte nuclear del D/P empresarial. Es de esperar que cualquier multinacional como inversionista potencial esté interesada en este aspecto o, de hecho, lo haya incluido ya bajo el rubro de riesgo político. El gobierno bien conoce la existencia de este riesgo, incluso explícito en el artículo elaborado por los asesores de Fox: "El Sur también existe".

El 1º de enero de 1994 Chiapas sorprendió a México y al mundo. La entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN, prueba inequívoca de un México dispuesto a entrar de lleno en la modernidad coincide, no casualmente, con el descubrimiento, para muchos, de un México desconocido y para otros constancia del olvido, pobreza y marginación en la que una gran cantidad de ciudadanos se encuentran sumergidos. Con el inicio del conflicto armado en Chiapas se hizo patente la gravedad de la problemática socioeconómica de la entidad (Dávila *et al.*, 2000:1).

El problema refiere a una región, pero es sobre todo el problema político generado por el zapatismo y Chiapas mismo, con sus condiciones de pobreza extrema y marginación, el centro del debate. La amenaza zapatista es ignorada en el documento del PPP. Mediante la inclusión de Chiapas de manera indiferenciada entre los otros estados de la región sur-sureste, que aparece como el principal foco de atención, el riesgo se hace invisible para los lectores del Plan, aunque no sea así para quienes lo elaboraron basándose en el artículo mencionado.

El documento base proporciona un análisis de las consecuencias económicas del Tratado de Libre Comercio de América del Norte para esta región. El TLCAN, argumenta, favorecerá el desarrollo económico en el norte del país, pero incrementará la desventaja de la ya rezagada región sur. La llamada de alerta, cuidadosamente reforzada en términos económicos, es que el efecto de las fuerzas del mercado en la región exacerbará la ya escandalosa pobreza indígena, evidente en el dominio público a consecuencia de la lucha zapatista. Hay en estos términos una necesidad imperiosa de que el Plan genuinamente aborde dicha situación. Entonces, ¿por qué ha sido discursivamente eliminado?

### **Una perspectiva dialógica**

Se ha sugerido en este artículo que el documento del PPP está constituido a partir de un entrelazado aparentemente arbitrario de dos clases de discurso, diseñados para dos audiencias que ocupan diferentes lugares, valores e intereses. En este sentido, la tarea del texto discursivo es apelar a diferentes audiencias, de modo que cada una de ellas encuentre suficientes elementos de sus propios significados y le resulte convincente. Para ello cada audiencia utilizará sus propios recursos de interpretación, en función de sus intereses. Ello es posible sólo en un marco dialógico en el que se esté consciente de que no todos los significados están dirigidos a uno, sino a otras audiencias y que, por tanto, no todos los significados son confiables.

Desde la perspectiva de una Nación oide, por ejemplo, el discurso acerca de las desventajas sociales y las medidas para promover la justicia social no deberá afectar su objetivo, la ganancia, ni las características de la región que motivan la elección, basándose en su propio análisis SWOT. Las Naciones oides como audiencia seguramente se centrarán en el objetivo 3: Lograr un cambio estructural en la dinámica económica de la región que permita un crecimiento sostenido (PPP, 2001:22-29), que incluye las medidas que el Plan se propone introducir y que son favorables para las empresas. De manera simultánea ellas filtrarán la otras 29 páginas, detectando exclusivamente algunos elementos relevantes para fundamentar su juicio en cuanto al comportamiento del gobierno mexicano (o su discursividad), como un gobierno preocupado por el bien público junto con la voluntad de ofrecer, por ejemplo, infraestructura, transporte e incentivos a la inversión privada. Las Naciones oides seguramente reconocen la contradicción entre la retórica de la justicia social y las políticas prometidas (tal como claramente lo identifican los críticos del plan; Fazio, 2001). Su preocupación, no obstante, no estaría en la existencia de la contradicción misma, sino en la capacidad y voluntad de poner en práctica las políticas en cuestión para cumplir con la oferta. Incluso la omisión de la amenaza política del movimiento zapatista no representaría un serio problema, en el sentido que las Naciones oides pueden recurrir a otros recursos para medir el nivel de riesgo político; aunque podría argumentarse que el hecho de no ofrecer un modo de resolverlo no agrega credibilidad a la voluntad gubernamental.

## denarius

Desde la perspectiva empresarial, las contradicciones del texto pueden ser resueltas mediante una lectura estratégica en la que se privilegien ciertos elementos textuales, aquellos basados en el D/P de los negocios, que son también compartidos por el *country manager* de México. Éstos se convierten en el principal contenido. Es interesante que los críticos radicales de esta propuesta centran su lectura, precisamente, en esos mismos significados, como si el hecho de ser aberrantes en un texto político los destacara. Fazio, por ejemplo, menciona:

Se trata de una fórmula renovada de concentración y transferencia de la riqueza hacia el imperio y las élites locales. México, como Estado cliente, seguirá cediendo sectores estratégicos de su economía y ofrecerá las oportunidades más lucrativas al capital estadounidense, relegando a las empresas mexicanas a la condición de meras proveedoras de materias primas y productos agropecuarios no manufacturados. La idea de convertir al sur-sureste en un emporio de las "fábricas del sudor" (maquiladoras), agroindustrias e invernaderos de cultivo para la exportación no es nueva ni de Fox. {*La Jornada*, 29 de julio, 2001}.

Siguiendo la misma lógica, organizaciones mexicanas y centroamericanas centran su rechazo en esos mismos significados:

Considerando que cualquier plan de desarrollo debe ser resultado de un proceso democrático, y no de un proceso autoritario, rechazamos firmemente el llamado Plan Puebla Panamá (PPP) porque es un renovado proyecto de colonización salvaje del sur-sureste de México y países centroamericanos, el arribo del gran capital, la[s] transnacional[es] y de las oligarquías. Un plan que profundizará aun más el empobrecimiento de los pueblos y la destrucción de nuestras culturas y de la naturaleza. (Tapachula Forum, 2001).

Al parecer, la inserción del D/P empresarial en un texto que se esperaría proviniera de otro régimen discursivo, el de las políticas gubernamentales, genera una mayor visibilidad de los indicadores que muestran el cambio en las dinámicas de relación y poder entre naciones y corporaciones.

En términos esquemáticos, podemos colocar el texto del PPP en un proceso discursivo consistente de múltiples diálogos y múltiples clases de participantes. Ello conlleva heterogeneidades y contradicciones en los fragmentos de géneros y

argumentos constitutivos del texto, entrelazados por la unidad funcional del complejo ideológico del D/P empresarial. Este tejido de contradicciones se hace manejable mediante diferentes estrategias de lectura, en las que subyace la habilidad de identificar y distinguir los diferentes productos discursivos creados por variados participantes. En realidad, el proceso discursivo dialógico restaura el sentido de unidad en lo que de otra manera sería un texto incoherente.

Por medio de una aparente paradoja, la lectura radical (Fazio, 2001, y el Foro de Tapachula) parece compartir la lectura con los negocios internacionales como si compartieran el mismo D/P. De hecho, el paradigma es opuesto, pero el análisis es común; su evaluación es exactamente invertida: los radicales denuncian precisamente lo que los negocios internacionales consideran "atractivo", que es lo que necesitan como clientes de las Corporoides y esperan que su *country manager*, en este caso Fox, no sólo declare sino proporcione. No hay evidencias de que la comunidad empresarial espere encontrar en documentos políticos una declaración directa correspondiente a sus propios intereses, pero su inclusión, como parte de las políticas, es importante y seguramente bienvenida (aunque ello los convertiría en blanco de ataques radicales, como de hecho ya ha ocurrido en este caso específico).

Por otra parte, en la lógica de las alianzas estratégicas entre Nacionoides y Corporoides, empresarios y *country managers*, se requiere mantener la ficción del papel de los "buenos" gobernantes y sus políticas, por lo que la comunidad de los negocios desea que el *country manager* se dirija a su nación como un líder responsable, no como un mero empresario. Es decir, la clase de discurso que emerge del diferente paradigma de la preocupación social, es algo que las Nacionoides también desean escuchar y que ha sido incorporado en los productos discursivos de las corporaciones como Nacionoides. En esta visión, las corporaciones, como actores en lo político y en lo económico, son responsables "ciudadanos" del mundo, actuando conjuntamente con los Estados-nación en la escena mundial. Más allá del discurso, el presidente Fox no podría cumplir con la "mercancía" prometida, la región del sureste, a menos que sea percibido como presidente de México y no sólo como *country manager* del territorio mexicano.

Del mismo modo que el discurso empresarial se ha incorporado en el discurso político, las corporaciones, con alto grado de poder y con gran visibilidad

pública, necesitan legitimarse frente a diversos sectores, incorporando algunas de las formas discursivas del D/P político. Es posible detectar así una convergencia, en cierto grado, entre las naciones y las corporaciones. Lo que aún queda sin responder es hasta qué punto el impacto de un paradigma en el otro acentuará el rol de las naciones como Corporoides y de las corporaciones como Nacionoides, garantizando el éxito del D/P empresarial y la ideología de la globalización como libre mercado (Spich, 1995).

### **Conclusión**

En este artículo se han presentado algunos aspectos de la complejidad e indeterminación de las relaciones entre el "discurso", en sus múltiples sentidos, la realidad a la que hace referencia y los agentes que se expresan y actúan discursivamente en ella. Los agentes clave se encuentran inmersos en el discurso, usando y siendo usados por él, con resultados complejos tanto en los discursos que producen como en las consecuentes acciones. Este es el medio donde se manifiesta la globalización, entendida como innumerables dramas individuales involucrando corporaciones y naciones que interactúan entre sí, se codefinen y codeterminan recíprocamente. El ejemplo de Fox y el Plan Puebla-Panamá, utilizado con propósitos ilustrativos, es una instancia única de las formas en que las contradicciones y diferencias se ponen en acción. Son dichas contradicciones y procesos los que pueden ser encontrados en otros casos del contexto global, el cual se encuentra en proceso de transformación con respecto al cambiante y creciente poder de las organizaciones de negocios y de los Estados nacionales dentro del libre mercado global.

México como compañía global. Entre el discurso empresarial y político

## **Bibliografía**

**Anderson, S. y J. Cavanagh.** *Top 200. The rise of corporate globalpower.* Institute for Policy Studies, 2000. [http://www.ips-dc.org/downloads/Top\\_200.pdf](http://www.ips-dc.org/downloads/Top_200.pdf).

Bairoch, P. "The constituent economic principles of globalization in historical perspective. **Myths and realities**". *International Sociology. Journal of the International Sociological Association*, vol. 15, núm. 2, junio 2000: 197-214.

**Bakhtin, M. M.** *The dialogic imagination. Four essays.* University of Texas Press, Austin, Texas.1996.

**Ball, D., W. McCulloch Jr., P. Frantz et al.** *International business, the challenge of global competition.* McGraw Hill, Nueva York, 2004.

**Carbó, T** *Discurso político. Lecturay análisis.* CIESAS, México, 1984.

**Carbó, T** *El discurso parlamentario mexicano entre 1920 y 1950: Un estudio de caso en metodología del análisis del discurso.* CIESAS, México, 1995.

Carroll, W. F. y M. Fennema. "Is there a transnational business community?". *Journal of the International Sociology Association*, vol. 17, núm. 3, 2002: 393-419.

Chomsky, N. "Neoliberalism and global order". *Profit overpeople.* Seven Stories Press, Nueva York, 1999, pp. 25-40.

Chomsky, N. y H. Dietrich. *La sociedad global.* Ed. Planeta, México, 1995.

**Clarke, T y S. Clegg.** *Changing paradigms. The transformation of management knowledgefor the 21<sup>st</sup> century.* Harper Collins Business, Londres, 1998.

**Coronado, G y B. Hodge.** *El hipertexto multicultural en México posmoderno, paradojas e incertidumbres.* CIESAS/Porrúa, México, 2004.

**Czerniawska, F. y G. Potter.** *Business in a virtual world. Exploiting information for competitive advantage.* MacMillan Press, Londres, 1998.

**Daniels, J. D. y L. H. Radebaugh.** *Negocios internacionales.* Addison Wesley y Longman, México, 2000.

**Davidson, P. y R. W. Grifín.** *Management. An Australasian perspective.* 2ª edición. John Wiley & Son Ltd., Australia, 2002.

**Dávila, E., G Kessel y S. Levy.** *El Sur también existe: un ensayo sobre el desarrollo regional de México.* Subsecretaría de Egresos, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México, 2000.

**Diken, P.** *Global shift. Reshaping the global economy map in the 21<sup>st</sup> century.* Sage, Londres, 2003.

**Fairclough, N.** *Language and power.* Longman, Londres, 2001.

**Fazio, Carlos.** "Con el Plan Puebla-Panamá, el itismo de Tehuantepec, imán para la superexplotación". *La Jornada*, 29 de julio de 2001

**Foucault, M.** "Orders of discourse". *Social Science Information*, 10 (2), 1971: 7-30.

**Friedman, M. y R. Friedman.** *Free to chose.* Penguin Books, Harmondsworth, 1979.

**Gell-Mann, M.** *The quark and the jaguar. Adventures in the simple and the complex.* Little, Brown and Company, Londres, 1994.

**Giddens, A.** *Consequences of modernity.* Stanford University Press, Stanford, California, 1990.

México como compañía global. Entre el discurso empresarial y político

**Harvey, D.** *The condition of postmodernity*. Basil Blackwell, Reino Unido, 1989.

**Hill, Ch.** *Global business today*. Tercera edición. Irvin McGraw Hill, Nueva York, 2004.

**Hodge, B. y G. Kress.** *Social semiotics*. Policy Press, Oxford, 1988.

**Hodge, B. y G. Kress.** *Language as ideology*. Routledge, Londres, 1993.

**Jitrik, N. (compilador).** *Las variables y el continuo. El discurso político en México*. UNAM, México, 1993.

**Kuhn, T.** *The structure of scientific revolutions*. Chicago University Press, Chicago, 1968.

**Lasserre, P.** *Global strategic management*. Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2003.

**Marx, K. y F. Engels.** *Karl Marx and Frederick Engels selected works*. Lawrence & Wishart, Londres, 1970.

**Meyer, J. W.** "Globalization: Sources and effects on National States and Societies". *International Sociology. Journal of the International Sociological Association*, vol. 15, núm. 2, junio 2000:233-248.

**Milis, C. W.** *The power élite*. Oxford University Press, Oxford, 1972.

**Porter, M.** *The competitive advantage of nations*. Free Press, Nueva York, 1990.

**PPP.** *Plan Puebla-Panamá: Resumen*. Presidencia de la República. Colección Documentos. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México, 2001.

**Prigogine, I. e I. Stengers.** *Order out of chaos*. Flamingo, Londres, 1984.

**Salgado, E.** *El discurso del poder. Informes presidenciales en México (1917-1946)*. CIESAS/Porrúa, México, 2003.

**Spich, R. S.** "Globalización folklore: problems of myth and ideology in the discourse on globalization". *Journal of Organizational Change Management*, vol. 8, núm. 4, 1995: 6-29.

Steiner, G. A. y J. F. Steiner. *Business, society and policy. A managerial perspective. Texts and cases*. Novena edición. Irwin McGraw Hill, Nueva York, 2000.

**Tapachula Forum.** *Declaración del Foro de Información. Análisis y propuestas*. Presidencia de la República. Colección Documentos. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México, 2001.

